

**И.Д. Ежова**

**Научный руководитель: М.В. Панкина**

*Уральский федеральный университет  
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина  
Екатеринбург*

## **ПОРТФОЛИО ДИЗАЙНЕРА КАК ИНСТРУМЕНТ ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЯ И ПОИСКА КЛИЕНТОВ**

**Аннотация:** в статье рассматривается необходимость создания портфолио дизайнера в интернет-пространстве и его последующее продвижение. Авторы анализируют требования работодателей к портфолио кандидатов, достоинства и недостатки, которые есть у портфолио в интернет-пространстве. Проводится сравнительный анализ между формами портфолио, вариантами его создания. Изучаются методы продвижения и поиска клиентов.

**Ключевые слова:** Портфолио, интернет-продвижение, конкуренция, дизайн, интернет-пространство, глобализация

**I. D. Ezhova**

**Scientific supervisor: M. V. Pankina**

*Ural Federal University  
named after the First President of Russia B. N. Yeltsin  
Ekaterinburg*

# DESIGNER PORTFOLIO AS A TOOL FOR PROMOTION IN INTERNET AND A CUSTOMER SEARCH TOOL.

**Annotation:** the article discusses the need to create a designer's portfolio in the Internet and its subsequent promotion. The authors analyze employers' requirements for the portfolio of candidates, advantages and disadvantages, that online-portfolio has. A comparative analysis is made of the portfolio forms and options for their creation. Methods of promotion and customer search are being studied.

**Keywords:** Portfolio, internet promotion, competition, design, internet space, globalization.

Портфолио — собрание документов, образцов работ, фотографий и т.п., характеризующее кого-либо как специалиста в той или иной области и необходимое при заключении деловых контрактов, приеме на работу и т.п. (определение по «Толковому словарю иноязычных слов» Л.П. Крысина)

Портфолио дизайнера иллюстрирует его навыки, опыт работы. Благодаря ему дизайнер раскрывает себя как специалиста, показывает особенности и уровень своей работы, и даже личные качества. В век информационных технологий портфолио также переходит в электронный вариант. В Интернете дизайнер может демонстрировать свои навыки огромному количеству людей, находить клиентов. Дизайнер может общаться с людьми из любой точки мира. Анализ вакансий различных дизайн-компаний показал, что работодателей все в меньшей степени интересует наличие диплома об окончании учебного заведения, большее внимание при собеседовании, отборе кандидатов на вакансии уделяется анализу портфолио претендентов.

Среди дизайнеров существует конкуренция. Конкуренция — соперничество, борьба за достижение наивысших выгод, преимуществ («Толковый словарь Ожегова»). Портфолио как раз помогает дизайнеру выделиться среди конкурентов, поэтому оно ему так необходимо.

Рынок дизайнерских услуг становится глобальным. Соответственно, увеличивается количество не только клиентов, но и работников, конкуренция между ними растет. Благодаря интернет-продвижению дизайнер сможет найти заказчиков. Ключевая проблема заключается в создании привлекательного для клиентов дизайнерского портфолио, его размещении на интернет-площадках, в социальных сетях, продвижение и использование для работы

Цель статьи — определить особенности представления портфолио дизайнера в интернет-пространстве. Задачи исследования:

1. Проанализировать требования и ожидания работодателей, руководителей компаний к портфолио дизайнера.
2. Изучить приемы и принципы оформления портфолио.
3. Рассмотреть веб-площадки для создания портфолио, возможности продвижения на них.
4. Выявить эффективность и практическую значимость портфолио в Интернете.

В ходе исследования будет часто использоваться метод сравнительного анализа.

Гипотеза статьи — портфолио и его интернет-продвижение являются в настоящее время самыми эффективными средствами поиска клиентов, позволяют дизайнеру находить заказчиков и развивают его профессиональные качества специалиста.

Для начала обратимся к истории. Понятие «портфолио» пришло из Западной Европы XV–XVI вв. В эпоху Возрождения архитекторы представляли заказчикам готовые работы и наброски своих строительных проектов в особой папке, называемой «портфолио». Документы давали представление о профессиональных качествах претендента.

Идея использования портфолио в сфере образования возникла в США в середине 1980-х гг. После Соединенных Штатов и Канады идея портфолио становится все более популярной в Европе и Японии, а в начале XXI в. эта идея получает распространение в России.

В странах Европы и в США существует несколько классификаций видов портфолио. Это могут быть такие модели портфолио, как документации, процесса, показательный и оценочный, а также индивидуальный портфолио на основе сочетания групповой и междисциплинарной проектной работы, оформление паспорта карьеры на основе портфолио, введение индивидуальных планов деятельности учащихся и персональных портфолио, портфолио в форме проекта (США, Дания).

В России принято ориентироваться на 3 основных типа портфолио: портфолио документов, портфолио работ и портфолио отзывов. Виды портфолио зависят от цели его создания.

В современном мире можно выделить два варианта оформления портфолио дизайнера: в интернет-пространстве и традиционные формы в печатном или электронном виде. Возможные варианты формы представления, оформления и продвижения информации о своих профессиональных достижениях:

1. Онлайн-формат – сайт, профиль на медиа-платформах или соцсетях.

2. Офлайн-формат – Pdf-документ, презентация, папка на флеш-накопителе.

Онлайн-портфолио имеет множество плюсов: возможность продвижения, отсутствие привязанности к устройству, легкость в отправлении ссылки. Из минусов – возможность утраты доступа к данным.

Офлайн-формат лишен всех вышеперечисленных достоинств.

Можно сказать, что создание портфолио в интернет-пространстве имеет множество достоинств. Это удобно, и имеется возможность продвижения.

Портфолио в интернет-пространстве можно продвигать, увеличивать охваты, просмотры своих проектов, тем самым взаимодействуя с большим количеством людей, среди которых могут быть и потенциальные клиенты.

Некоторые способы продвижения портфолио:

- информирование о портфолио через сторонние сервисы или социальные сети;

- реклама в социальных сетях, таргетированная реклама;

- общение в специальных чатах, каналах с заказами и клиентами;

- общение с представителями смежных профессий, клиенты которых также могут заинтересоваться услугами дизайнера.

Также, необходимо проанализировать разные способы создания портфолио в интернет-пространстве. Сравнение представлено в таблице.

В Интернете сегодня существует множество сервисов для создания портфолио. Есть как русскоязычные платформы, так и общемировые. Также есть платформы только для определенной творческой группы, например, российский сервис для иллюстраторов [<https://illustrators.ru/>]. Или платформа [<https://pressfolios.com/>],

тут свои портфолио размещают копирайтеры, журналисты, писатели, блогеры — в общем, представители профессий в СМИ. Обратимся к двум крупным мировым платформам для создания дизайнерского портфолио.

**Behance** — онлайн-платформа, позволяющая людям творческих профессий демонстрировать свои работы через онлайн-портфолио (определение взято с платформы Crunchbase 1). Тут можно выкладывать как личные проекты, так и групповые, указывая всех участников работы. Качество работ на сайте достаточно высоко.

**Dribbble** — мировая платформа для дизайнеров, иллюстраторов, художников. Позволяет делиться своими проектами, общаться заказчиком с исполнителями и наоборот.

В отличие от Behance, здесь пользователи не создают проекты, а загружают шоты — небольшие изображения со своими работами.

	Достоинства	Недостатки
Сайт	Свобода оформления, а значит, возможность показать уникальность и навыки. Возможность дополнительных услуг. Например, продажа авторских вещей	Не все дизайнеры смогут сами создать сайт SEO-продвижение. Вытекающий минус, если дизайнер не обладает навыками создания сайтов и их продвижения — то это дополнительные расходы
Профиль Behance, Dribbble, соцсети	Возможность находиться в «творческой интернет-среде». Легкое создание и оформление. Возможность продвижения	Ограниченные возможности оформления. Влияние «моды», которая быстро сменяется. Очень большая конкуренция

Таким образом, можно сказать, что у всех вариантов создания портфолио есть свои достоинства и недостатки. А значит, каждый дизайнер сам решит, где он будет размещать свои проекты.

Также стоит понять, как крупные работодатели, к которым можно отнести, например, студии дизайна или же дизайнерские отделы больших компаний, относятся к портфолио дизайнера, в каком виде кандидату лучше всего преподнести свои работы.

При анализе требований работодателей мы видим, что 99% требуют прислать портфолио, а затем дают тестовое задание. Например:

1. **ООО «Смирнов Дизайн»:** «Откликайтесь и присылайте Ваше портфолио, единственное условие, проверьте, чтобы в Вашем портфолио были примеры промышленного дизайна».

Вакансия «Промышленный дизайнер», ООО «Смирнов Дизайн» Москва [<https://ekaterinburg.hh.ru/vacancy/34104834>].

2. **Агентство «Notamedia»:** «...Для собеседования пришлите... Ссылки на 3 лучшие работы из портфолио.

Вакансия Web-дизайнер, NOTAMEDIA, Москва  
[<https://hh.ru/vacancy/41482896> ]

Можно сказать, что многие работодатели ожидают увидеть портфолио кандидатов в онлайн-формате. Получается, что размещение портфолио в Интернете позволяет дизайнеру находить клиентов и работать через Интернет, а также отправлять портфолио различным компаниям.

Давайте рассмотрим, что же должно входить в портфолио. Для этого проанализируем портфолио известных дизайнеров или студий дизайна:

I. **Джесика Хиш** — американский дизайнер, иллюстратор, леттерер. Что есть на ее собственном сайте-портфолио:

1. Раздел с работами, где каждая со своим описанием, указанием заказчика, множество визуальных материалов.

2. Раздел «О себе» с биографией, контактами, соцсетями, интервью.

3. Магазин авторских вещей, где каждый пользователь может что-то купить.

II. **Pentagram** — студия дизайна, основанная в Великобритании. Их портфолио есть на площадке Bechance и на собственном сайте. Из чего состоит портфолио на платформе Bechance:

1. Оформление профиля — сюда относятся: информация о компании, ссылка на сайт, ссылки на социальные сети, описание профиля и дизайнера.

2. Содержание проекта — обложка, описание, указание творческой области, визуальные материалы, схемы, эскизы и многое другое.

Сайт-портфолио дизайн-студии состоит:

- из множества проектов, каждый из которых с описанием и большим количеством изображений;
- раздела с информацией о компании;
- раздела с новостями;
- контактов для разных стран;
- также на всех страницах сайта есть ссылки на соцсети.

Можно сказать, что у портфолио дизайнера обязательно должны быть:

1. Отдельно оформленные проекты (также их называют кейсами) с описанием, информативными изображениями, которые максимально четко и подробно расскажут о работе.

2. Информация о дизайнере. Люди должны понимать, с кем имеют дело.

3. Ссылки на какие-либо социальные сети, контактные данные (например, рабочую электронную почту или ссылку на мессенджер).

Также на своем сайте или в своем аккаунте дизайнер может указывать какие-либо индивидуальные достоинства и возможности. Дизайнер имеет полную свободу в представлении себя.

Подводя итоги, можно сказать, что портфолио в интернет-пространстве — полезный и нужный инструмент для дизайнера. Это эффективное средство поиска клиентов. Профессиональные платформы способны положительно влиять на работу дизайнера. Он получает возможность рассказать о себе большому количеству людей, продемонстрировать свои навыки и умения.

Конкуренция между дизайнерами способствует профессиональному развитию, глобализация также положительно влияет на человека, расширяет его профессиональную компетенцию, позволяет оценивать, анализировать свои и чужие работы. Данная статья может быть полезна студентам направления «Дизайн», людям, которые хотят монетизировать свое творчество, а также всем, кого интересуют продвижение, продажа своих услуг в Интернете.

Интернет-пространство активно развивается, становится все более и более популярным. Все больше сфер жизни оно затрагивает. В дальнейшем можно продолжить изучать тему интернет-продвижения и темы, смежные с ней.

## Библиографический список

1. Толковый словарь Ожегова [Электронный ресурс]. URL: <https://slovarozhegova.ru/> (дата обращения: 27.02.2020).

2. *Белорыбкина Г.* Анализ появления и развития метода портфолио в России и за рубежом [Электронный ресурс]. URL: <https://pandia.ru/text/78/612/12934.php> (дата обращения: 01.02.2021).